

Д. Галиева,
студент

Т. Файзулин,
студент

Д. Ярчихина

Казанский (Приволжский) федеральный университет

г. Казань, Россия

© Д. Галиева

© Т. Файзулин

© Д. Ярчихина

Научный руководитель –

кандидат филологических наук, доцент

М.В. Симкачева

ОСОБЕННОСТИ ОСВЕЩЕНИЯ ЭКОНОМИЧЕСКОЙ ТЕМАТИКИ В ДЕЛОВОМ ИЗДАНИИ «КОММЕРСАНТЪ»

Аннотация. В данной статье представлены результаты исследования экономической тематики в деловом издании «Коммерсант» – одном из самых влиятельных и объективных изданий с усиленным деловым блоком. Выявлена специфика освещения темы, способы подачи информации, использование новых технологий, жанровое многообразие, а также способы привлечения внимания.

Ключевые слова: экономика, бизнес, Коммерсантъ, деловое издание

Abstract. The topic of the economics remains one of the most important in the contemporary media field. Most of business editions pay due attention to economic issues. In this article we analyze the features of coverage of economic issues in the business edition "Kommersant". The newspaper "Kommersant" is one of the most influential and objective edition with intensified business unit. After conducting a content analysis of the electronic newspaper, we have identified peculiarities of coverage of economic topics: ways of presenting information, the use of new technologies, the specifics of the genre, as well as ways to attract attention.

Keywords: economics, business. Kommersant, business edition

Экономика – одна из актуальных тем в современном медиаполе. Большинство деловых изданий уделяет должное внимание экономи-

ческой проблематике. Однако от журналистов, освещающих проблемы экономики требуется не только оперативность, но и знание основ экономической теории, умение анализировать экономические процессы и профессионально описывать их.

Для анализа особенностей освещения экономической тематики выбрано сетевое издание «Коммерсантъ» – газета с усиленным деловым блоком. «Коммерсантъ» входит в число лидеров по взвешенности и объективности освещения экономических конфликтов и занимает первое место в рейтинге деловых газет России согласно данным агентства медийных исследований «ExLibris» [1].

Было замечено, что самыми активными авторами, пишущими на экономические темы, являются Анастасия Мануйлова и Дмитрий Бутрин (заместитель главного редактора по экономической политике). Изучались преимущественно материалы этих авторов.

Структура электронной газеты «Коммерсантъ» состоит из следующих постоянных рубрик: страна, мир, бизнес, экономика, культура и спорт. Экономические новости в «Ъ» публикуются в основном в рубриках «Экономика» и «Бизнес». Экономические материалы на сайте издания «Коммерсантъ» касаются широкого круга проблем: это и международная торговля, мировая экономика, внешние экономические взаимоотношения РФ, а также внутренняя экономика – валюта, рынок, налоги, заработная плата, фискальная политика, бизнес.

Экономическая рубрика в издании «Коммерсантъ» изобилует не только новостными материалами, но и аналитическими с приведением разных точек зрения, а также экспертным мнением. Все материалы в рубрике авторские. В редакции газеты существуют специальные отделы экономики и бизнеса, со своими редакторами и авторами, специализирующимися на экономических новостях. Таким образом, экономические тексты глубоко отражают проблематику, дают полный анализ происходящего, но остаются несложными для восприятия.

В деловом издании «Коммерсантъ» текстовые материалы преобладают над иллюстративными. В экономических текстах практически не используются возможности мультимедиа. Материал содержит базовые составляющие: текст и фото. В редких случаях в материалах экономической направленности присутствует инфографика. Таким образом, приоритет отдается содержанию в буквальном смысле слова. Чувствуется явная нехватка инфографики, которая бы сделала материалы более информативными и удобочитаемыми, так как в 80% экономических текстов приводятся статистические данные.

С 2013 года «Коммерсантъ» перешел к новому дизайну. В оформлении сайта преобладают серые и белые тона, голубой и черный. Внешне сайт приобрел строгий вид. В газете систематически используются две-три гарнитуры, не используются декоративные шрифты. Оформление сайта газеты предельно упрощенно и помогает общему восприятию информации: нет раздражающих и отвлекающих элементов, нет всплывающей рекламы, рубрики и разделы обрамляют материал, но не нарушают его композицию. В текстах даются выноски на материалы по схожей тематике, которые также не мешают восприятию журналистского текста. С точки зрения дизайна «Коммерсантъ» характеризуется сдержанным подходом в оформлении, но глубиной проработки контента.

В рамках идеи максимального удобства для читателя «Коммерсантъ» с 2013 года использует адаптивный дизайн: корректное отображение сайта и максимально быстрая загрузка страниц на любых мобильных устройствах. Сайт газеты автоматически подбирает оптимальный вариант отображения для каждого устройства и перестраивает контент издания в одну, две или три колонки. Чтение любых материалов, просмотр фотогалерей и встроенного видео становятся максимально комфортными на любых устройствах.

В экономических текстах издания систематически используются гиперссылки, как внутренние, так и внешние. Ссылки на разнообразные источники, выполненные в гипертекстовом режиме, не только облегчают поиск информации, но и предоставляют изданию возможность повысить качество этой информации, а именно ее полноту и достоверность. В результате читатель, воспользовавшись альтернативными источниками, может самостоятельно участвовать в интерпретации фактов, приходить к собственным выводам.

Анализ показал, что в день выходит от 2 до 15 материалов по экономической тематике в рубриках «Экономика» и «Бизнес», причем наибольшее количество материалов публикуется в понедельник, наименьшее в выходные. Самый пик обновления информации в данном издании приходится на вечернее время. Ежедневно в 00.20 публикуется сразу четыре-пять материалов в рубрике «Экономика». Такой размах в количестве материалов объясняется спецификой подачи экономической информации. Во-первых, должен существовать инфоповод. Во-вторых, 40% материалов, затрагивающих экономическую проблематику, носят аналитический характер, что требует большего времени на подготовку текста. Объем проанализированных материалов варьируется от 60 до 430 строк, что составляет от четырех до де-

вятнадцати экранов. Все материалы по экономической проблематике пространны и значительно отличаются в объеме от материалов по другой тематике.

Например, всего за 10 дней на сайте издания в рубрике «Экономика» было опубликовано более 50 материалов, а в рубрике «Бизнес» около 70 текстов. Такое количество только подчеркивает деловую направленность издания «Коммерсантъ».

В ходе анализа также были выявлены языковые особенности текстов: в 90% материалов используются экономические термины, профессиональная лексика, наименования торговых блоков, компаний, процессов. Это усложняет восприятие информации и ограничивает аудиторию рамками профессионального сообщества.

Подводя итог, стоит отметить, что «Коммерсантъ», который известен как основоположник деловой журналистики в России, остается классическим деловым изданием. В газете отдается приоритет текстовому содержанию. Тем не менее, точные прогнозы и глубокий анализ экономических событий позволяют «Коммерсанту» оставаться одним из самых влиятельных и популярных изданий.

Проблематика экономических новостей на сайте издания «Коммерсантъ» разнообразна и касается самого широкого круга вопросов. Экономические тексты глубоко отражают проблематику, дают анализ происходящего, но остаются несложными для восприятия.

Текстовые материалы преобладают над иллюстративными. В текстах почти не используются возможности мультимедиа, инфографика.

Внешний вид сайта имеет строгий вид, что помогает общему восприятию информации. Систематически используются гиперссылки, которые облегчают поиск информации.

Наибольшее количество материалов публикуется в понедельник, наименьшее в выходные. Самый пик обновления информации в данном издании приходится на вечернее время.

В 90% материалов используются экономические термины, профессиональная лексика, наименования торговых блоков, компаний, процессов.

Литература:

1. Российское агентство медийных исследований «ExLibris». Доступно на URL:<http://www.exlibris.ru/rejting-izdaniy/> (режим доступа – свободный).

2. Электронная газета «Коммерсантъ». Доступно на URL: <http://www.kommersant.ru> (режим доступа – свободный).